

РЫНОК МЕЖДУНАРОДНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

А. Б. Гедранович

Экономика XXI века – это хозяйственная система, основанная на знаниях. Именно знание становится начальным капиталом молодых специалистов. Этим во многом и объясняется огромное значение, придаваемое проблемам организации национальных систем образования. Тенденции к объединению экономических систем способствуют росту мобильности населения, укреплению международных связей и становлению транснационального бизнеса – и тем самым стимулируют интерес к международному образованию.

Обеспечение международных образовательных услуг на начальной стадии становления мирового рынка таких услуг занимались национальные системы образования. В целом, ситуация сохранилась до сегодняшних дней: в большинстве случаев учебные заведения выходят на мировой рынок только после освоения национального.

Однако развитие информационных технологий значительно сблизило государства. Продвижение услуг образования на международный рынок уже не является сложной задачей. Напротив, при подходе, основанном на использовании современных коммуникационных средств, достигается единство механизмов предоставления услуг, как на местный рынок, так и на глобальный.

Начиная с 80-х гг., когда образование иностранных граждан стало во многих развитых странах государственной задачей, и объемы учащихся заметно увеличились, в мире даже появился термин, обозначающий это явление – международная академическая мобильность (МAM).

Современное состояние высшего образования в мире характеризуется теперь и параметрами этой мобильности, существенными из которых являются следующие:

- МАМ является необходимым условием эффективного развития образования и науки и как следствие – человеческой цивилизации в целом;
- во всем мире МАМ сопровождается потоками финансовых средств общим объемом в десятки миллиардов долларов США;
- результатом МАМ является не зависимый от бюджета приток финансовых средств, объем которых составляет для ведущих государственных университетов мира 10–20 % от объемов государственного финансирования;
- участие в МАМ определяет меру независимости учебного заведения вследствие непланового характера этой деятельности;
- развитие обучения иностранных граждан во многих странах мира является одним из приоритетных государственных интересов;
- государственные органы власти, определяя стратегические задачи и политику в области подготовки иностранных кадров, оказывают своей высшей школе политическую, организационную, финансовую и другие виды поддержки [5].

Ведущие мировые державы хотят заполучить платежеспособную молодежь в первую очередь из азиатских и латиноамериканских стран. Для способных, но неимущих предлагается увеличить число бюджетных стипендий. Во Франции для участия в борьбе за подготовку мировой интеллектуальной элиты в 1999 г. создано информационное агентство по образованию «*Edufrance*» [6], в Германии уже давно работает Немецкая служба академических обменов (*Deutscher Akademischer Austauschdienst*) [7], в Великобритании – Международная организация по образованию и культурным обменам (*The United Kingdom's international organisation for educational and cultural relations – The British Council*) [8], в США успешно реализуется проект департамента *OpenDoors* Международного института образования [9].

Перспективы по освоению рынка международных услуг образования огромны. Рынок растет не только в количественном, но и качественном отношении. Даже беглый анализ отчетов ООН по перспек-

тивам народонаселения [10] показывает, что в первое десятилетие XXI века контингент потенциальных абитуриентов значительно расширится и задачей провайдеров образовательных услуг стоит предоставление качественных знаний гораздо более широкой аудитории [5].

Согласно Генеральному соглашению по торговле услугами (*GATS – the General Agreement on Trade in Services*) существует 4 способа торговли образовательными услугами:

1. Потребление услуг за рубежом при посещении страны-поставщика (студенты, обучающиеся за границей).
2. Поставка услуги через границу без участия потребителя (студенты, обучающиеся в рамках открытых и дистанционных образовательных программ).
3. Коммерческое присутствие поставщика в стране-потребителе (оффшорные иностранные университеты).
4. Присутствие физических лиц из страны-поставщика в стране-потребителе (профессоры и исследователи, работающие за рубежом) [11].

В подавляющем большинстве случаев под рынком международных образовательных услуг подразумевают первый и второй способы осуществления торговли, как носящие наиболее массовый характер. По той же причине к данному рынку относят только потребление услуг высшего образования и программ получения ученых степеней [12].

Анализ международного аспекта экономики образования показывает сходство данной отрасли с туризмом. Имеются в виду первый способ торговли образовательными услугами согласно *GATS*, когда студенты длительное время проживают в стране обучения. Действительно, структура затрат у туриста и иностранного студента схожи – это расходы на проживание, еду, другие услуги, за исключением непосредственно услуг образования. Причем поток оплаты на учебу зачастую компенсируется встречным потоком субсидий от правительств, международных институтов, непосредственно университетов и колледжей.

По данным статистического сборника «*Global Education Digest 2004*», публикуемого *UNESCO*, по состоянию на 2000/2001 учебный год общее число иностранных студентов составило 1 810 877 человек, что на 260 572 или 16,81 % превышает показатель 1996/1997 гг. [11].

Таблица 1

Иностранные студенты по региону проживания и региону обучения, 2000/2001 гг.

Постав- щики образова- тельных услуг	Потребители образовательных услуг							Итого ино- странных сту- дентов	Процент ино- странных сту- дентов в об- щественно- наборе
	Африка	Северная Аме- рика	Южная Аме- рика	Азия	Европа	Австралия и Океания	Неизвестный регион		
Африка	15 992	249	71	2 142	2 455	102	1 520	22 531 (1,24 %)	1,96 %
Северная Америка	37 838	62 783	31 867	308 973	79 380	4 535	1 606	526 982 (29,10 %)	3,52 %
Южная Америка	7	968	6 588	139	439	34	657	8 832 (0,49 %)	0,88 %
Азия	5 956	2 742	910	120 038	10 835	740	23 802	165 023 (9,11 %)	2,21 %
Европа	146 385	40 775	25 205	230 735	469 685	2 955	57 795	973 535 (53,76 %)	4,15 %
Австра- лия и Океания	3 214	4 968	906	73 422	11 933	7 225	12 306	113 974 (6,29 %)	11,21 %
ИТОГО	209 392 (11,56 %)	112 485 (6,21 %)	65 547 (3,62 %)	735 449 (40,61 %)	574 727 (31,74 %)	15 591 (0,86 %)	97 686 (5,39 %)	1 810 877 (100 %)	

Источник: Сайт UNESCO – <http://www.unesco.org>, «Global Education Digest 2004».

В Табл. 1 содержатся сведения, позволяющие проследить главные тенденции на рынке международных образовательных услуг. Выделим следующие основные тезисы:

1. Основными потребителями на рынке международных образовательных услуг являются студенты из Азии (40,61 %) и Европы (31,74 %). Можно отметить, что важнейшими странами-потребителями услуг образования остаются Китай и Индия. Структура потребителей рынка (по континентам) представлена на Рис. 1.

2. Главными поставщиками на рынке международных образовательных услуг являются страны Европы (53,76 %) и Северной Америки (29,10 %). Очевидной причиной такого положения является качественная система образования на национальных уровнях в государствах, в первую очередь, Западной Европы и США. Структура поставщиков рынка представлена на Рис. 2.

3. Потребление услуг международного образования внутри континента в Европе самое высокое – 81,72 % студентов, желающих получить образование за рубежом, не покидают континент. Примечательно, что более половины (53,01 %) азиатских иностранных студентов выбирают Японию, а на долю Великобритании, Германии и Франции приходится 53,49 % всех европейских студентов, обучающихся на континенте. Указанные данные позволяют высказать гипотезу о том, что процессы глобализации охватывают больше системы образования, нежели сферу культурных обменов. Также следует учитывать, что получение образования в другом государстве – это первый шаг в установлении партнерских отношений для будущего бизнеса. Сравнительные характеристики данного показателя приведены на Рис. 3.

Крупнейшие страны-поставщики международных образовательных услуг представлены в Табл. 2. На их долю приходится в совокупности 63,68 % всего рынка. В первую очередь, на лидирующее положение указанных ниже стран повлияла качественная система национального образования и давние традиции университетского образования, а также значительный объем локальных рынков образовательных услуг. Австралия занимает место среди лидеров стран-поставщиков благодаря, во многом, своему географическому положению: континент окружают страны с высокой численностью населения и более низким уровнем развития экономики.

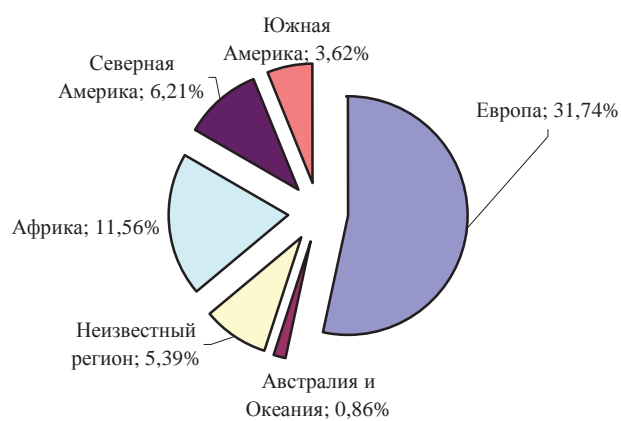


Рис. 1. Структура потребителей рынка международных образовательных услуг (по континентам)

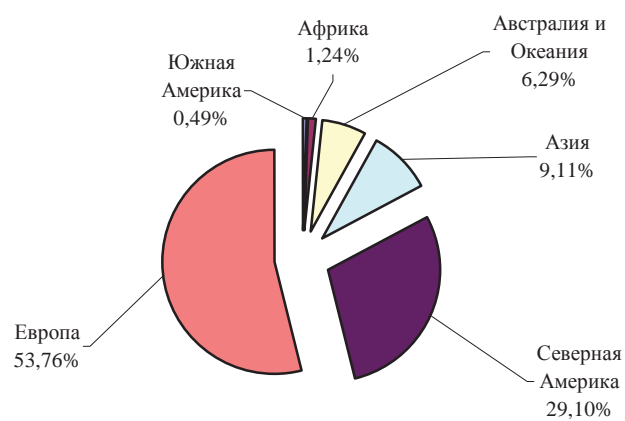


Рис. 2. Структура поставщиков рынка международных образовательных услуг (по регионам)

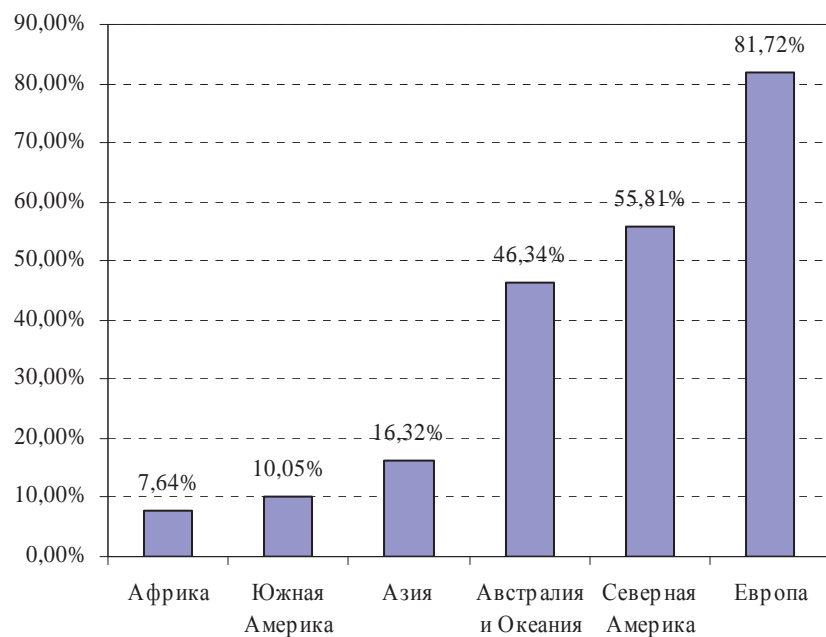


Рис. 3. Удельная доля потребления услуг международного образования внутри континента

Таблица 2

Крупнейшие страны – поставщики международных образовательных услуг, 2000/2001 гг.

Страна	Количество принимаемых иностранных студентов	Процент от общего числа иностранных студентов
США	475 169	26,24 %
Великобритания	225 722	12,46 %
Германия	199 132	11,00 %
Франция	147 402	8,14 %
Австралия	105 764	5,84 %

Источник: Сайт UNESCO – <http://www.unesco.org>, «Global Education Digest 2004».

У лидера рынка США число иностранных студентов в общем наборе составляет 3,5 % [13] (по данным организации *OpenDoors* – 4,9 % по состоянию на 2002/2003 гг. [9]). Однако у ряда стран (см. Табл. 3) этот показатель принимает большие значения [14]. В таблице не приведены небольшие страны, в которых уровень набора иностранных студентов достигает более значительных величин. Так, в карликовом государстве Восточной Азии Аомынь (Макао) набор иностранцев в 2000/2001 гг. достиг 54,13 %, при этом общее число студентов в стране менее набора среднего европейского университета – около 14 тыс. Также высокими долями иностранных студентов отличаются Кипр и Катар – 20,71 %. Это еще раз подтверждает тезис о том, что процессы глобализации в большей степени затрагивают малые государства.

Таблица 3

**Страны-поставщики международных образовательных услуг
с наиболее высокой долей иностранных студентов, 2000/2001 гг.**

Страна	Количество принимаемых иностранных студентов	Процент иностранных студентов в общенациональном наборе
Швейцария	27 765	16,99 %
Австралия	105 764	12,51 %
Австрия	31 682	11,97 %
Великобритания	225 722	10,92 %
Бельгия	38 150	10,62 %
Германия	199 132	9,56 %

Источник: Сайт UNESCO – <http://www.unesco.org>, «Global Education Digest 2004», OECD Online Database – <http://www.oecd.org>.

Основываясь на приведенных данных, можно объяснить возрастающую мобильность студентов желанием получить более качественное образование, нежели внутри своей страны. Об этом свидетельствует их выбор в пользу образовательных систем Европы и США, а также Японии в Азии и Австралии. Показательным является и высокая удельная доля студентов Азии и Африки, желающих получить образование за рубежом. Еще одной важной характеристикой современного рынка международных образова-

тельных услуг можно назвать высокую мобильность студенческой молодежи внутри Европы, что, безусловно, свидетельствует об удовлетворенности ею качеством предлагаемого образования.

Кроме того, открытость образования является серьезной статьей дохода. Экономический эффект от международного образования заключается не только в оплате студентами своего образования, но и в других расходах, которые несут иностранцы находясь в стране обучения – это и оплата жилья, расходы на покупку одежды, еды, книг, другие расходы. В этом смысле, международное образование скорее ближе к туризму, нежели к платному обучению. В Табл. 4 приведен расчет экономического эффекта от пребывания в США иностранных студентов.

Таблица 4

**Экономический эффект от обучения иностранных студентов в США,
2002/2003 гг.**

Доходы от оплаты за жилье	10 138
Плата за учебу и другие переводы	7 143
Доходы от содержания семей	479
Общие доходы от иностранных студентов и их с	17 760
Расходы на поддержку студентов	4 908
Чистый доход от иностранных студентов и их ей	12 851

Источник: сайт института международного образования, департамент OpenDoors – <http://www.opendoorsweb.org>.

Оценка объема рынка международных образовательных услуг – задача сложная по ряду причин: различные источники финансирования образования в странах, неодинаковые уровни стоимости жизни и другие причины. Простой метод грубой оценки объема рынка может быть предложен на основании данных организации *OpenDoors*, по расчетам ее специалистов, в 2002/2003 гг. чистый доход от пребывания в США иностранных студентов составил 12 851 млрд долл. [9]. При расчете на одного иностранного студента, получаем сумму в 21 917 долл. Учитывая, что на развитые страны, стоимость проживания в которых не существенно отличается от стоимости проживания в США, приходится значительная часть принимаемых студентов, можно оценить общий

объем рынка международных образовательных услуг примерно в 35–45 млрд долл. в год.

Несмотря на то, что белорусская система образования ориентирована, в первую очередь, на собственных граждан, Республика Беларусь принимает участие в оказании международных услуг образования. Доля иностранных студентов, принимаемых белорусской стороной по состоянию на 2001/2002 гг. составляет примерно 0,2–0,3 % от всех международных студентов (см. Табл. 5, 6, 7), что характеризует белорусский рынок услуг международного образования как достаточно слабо развитый.

Ключевым фактором, определяющим контингент иностранных студентов в белорусских вузах, является язык обучения. Абсолютное большинство программ проводится на русском языке, что делает доступным регулярные курсы, предлагаемые учебными заведениями, широкому кругу иностранцев, владеющих этим языком. С другой стороны, отсутствие возможности обучаться на английском и других языках заметно сужает потенциальный круг клиентов учреждений образования. Так, по данным Главного информационно-аналитического центра Министерства образования Республики Беларусь, 61 % студентов в вузах государственной и негосударственной формы собственности обучаются на русском языке, 3 % – на белорусском, а 36 % – на русском и белорусском [15].

Следует заметить, что специализированные программы по обучению иностранцев на сегодняшний день – это редкость для Беларуси. В большинстве случаев, маркетинговые мероприятия направлены на отечественную аудиторию, а контингент международных студентов специальным образом не анализируется. Следствием этого являются невысокий процент иностранцев среди студентов и отсутствие комплекса маркетинга по отношению к данной аудитории.

Белорусский рынок международных услуг образования целесообразно разделить по двум основным признакам: форма собственности учреждения образования и способ предоставления услуги. В зависимости от формы собственности вуза будет варьироваться и размер оплаты за обучения: государственные вузы могут

предлагать бесплатный и льготный режим оплаты учебы для отдельных категорий студентов, в то время как негосударственные учреждения взимают оплату в полном размере. Кроме того, система финансирования вузов различных форм собственности существенным образом отличается, что вносит различия в организацию обучения и возможности по адаптации к рыночным условиям.

Традиционно выделяется две основные формы предоставления услуг образования: на основе полного очного курса – дневное обучение, и курсы удаленного образования – заочное обучение. В первом случае предоставление услуг производится непосредственно на учебных площадях учреждения (аудиториях, классах, лабораториях и т. д.), а во втором – преимущественно посредством связи со студентами с помощью почты, радио, телевидения, Интернет и др. Затраты на обучение, в случае заочных курсов, частично переносятся на студентов, поэтому размер оплаты для таких программ заметно ниже. Существенным является также и различие в системе организации очного и заочного обучения с точки зрения учебного процесса.

Наибольшее количество иностранцев в Беларуси обучается в государственных вузах на дневном отделении – 3581 человек (см. Табл. 5). Характерно, что около 40 % всех международных студентов – это выходцы из России, а 54 % от указанной аудитории постоянно проживают на территории бывшего СССР, т. е. предположительно являются русскоговорящими. Практически все, а это 1644 человека, иностранцы стран дальнего зарубежья также учатся на дневном отделении госвузов. Большинство из них находятся в Беларуси по двусторонним договорам на обучение, заключенным, в частности, с Китаем.

Заочное отделение вузов государственной формы собственности в отношении иностранных студентов представлено достаточно слабо, что связано, несомненно, со сложностями в организационной стороне. В целом, госвузы предоставляют международные услуги образования порядка 4 тысячам иностранных граждан, около 70 % которых полностью оплачивают свое обучение.

Таблица 5

**Количество иностранных студентов белорусских
государственных вузов, 2001–2002 гг.**

Государство	Дневное		Заочное		Всего	
	всего	с полной оплатой	всего	с пол- ной оплатой	всего	с пол- ной опла- той
Азербайджан	12	8	—	—	—	—
Армения	17	12	—	—	—	—
Грузия	5	5	—	—	—	—
Казахстан	29	19	—	—	—	—
Кыргызстан	1	1	—	—	—	—
Молдова	29	6	—	—	—	—
Российская Федерация	1515 (78 %)	674	—	—	—	—
Таджикистан	3	3	—	—	—	—
Туркменистан	14	12	—	—	—	—
Узбекистан	5	4	—	—	—	—
Украина	122	65	—	—	—	—
Латвия	17	8	—	—	—	—
Литва	94	32	—	—	—	—
Эстония	4	2	—	—	—	—
Другие государства	70	0	—	—	—	—
Итого по странам бывшего СССР	1937 (54 %)	851	366	—	2303	—
Кроме того иностранных граждан	1644 (46 %)	1596	25	—	1669	—
ВСЕГО	3581 90 %	2447 68 %	391 10 %	—	3972	—

Источник: «Вышэйшыя навучальныя ўстановы Рэспублікі Беларусь па ста-
ну на пачатак 2001/2002 навучальнага года (статыстычны даведнік)».

В отношении вузов негосударственной формы собственности существует ряд отличий. Во-первых, все иностранные граждане, обучаемые в указанных учреждениях, постоянно проживают в странах на территории бывшего СССР. Этот факт можно связать

со сравнительно низким международным рейтингом этих вузов, возраст которых на сегодняшний день не превышает 10 лет, а также с интенсификацией усилий на внутренний рынок. По мере разрастания негосударственных учреждений образования, налаживания и укрепления международных связей ситуация в данной позиции может измениться.

Вторым заметным отличием является состав потребителей услуг. Так, наиболее массивно представлен Туркменистан, число студентов из которого составляет 34 % от всех иностранцев обучающихся в негосударственных вузах Республики Беларусь (см. Табл. 6). Далее следует Российская Федерация (24 %) и Молдова (11 %), что не повторяет картину для государственных вузов.

Третье отличие – это более широко представленное заочное отделение – 29 % иностранцев учатся заочно. Причем прослеживается некая национальная традиция в выборе формы обучения представителями той или иной национальности. Из Табл. 6 видно, что азербайджанцы, молдаване, таджики, узбеки и эстонцы предпочитают получать услуги образования заочно; в то время как россияне, туркмены и литовцы учатся преимущественно на дневном отделении. Этот фактор следует учитывать при продвижении услуг образования в различных регионах.

Наконец, можно указать на то, что все без исключения иностранные студенты учатся в негосударственных вузах только с полной оплатой обучения, что, в принципе, характерно для абсолютного большинства студентов таких учреждений.

Таблица 6

Количество иностранных студентов белорусских негосударственных вузов, 2001–2002 гг.

Государство	Дневное		Заочное		Всего	
	всего	с полной оплатой	всего	с полной оплатой	всего	с полной оплатой
Азербайджан	5	5	28	28	33	33
Армения	5	5	2	2	7	7

Окончание табл. 6

Государство	Дневное		Заочное		Всего	
	всего	с полной оплатой	всего	с полной оплатой	всего	с полной оплатой
Грузия	6	6	1	1	7	7
Казахстан	9	9	2	2	11	11
Молдова	5	5	118	118	123	123 (11 %)
Российская Федерация	265	265	1	1	266	266 (24 %)
Таджикистан	2	2	78	78	80	80
Туркменистан	374	374	1	1	375	375 (34 %)
Узбекистан	0	0	24	24	24	24
Украина	51	51	0	0	51	51
Латвия	13	13	28	28	41	41
Литва	27	27	1	1	28	28
Эстония	2	2	28	28	30	30
Другие государства	18	18	2	2	20	20
Итого по странам бывшего СССР	782	782	314	314	1096	1096
Кроме того иностранных граждан	0	0	0	0	0	0
ВСЕГО	782 71 %	782 100 %	314 29 %	314 100 %	1096	1096 100 %

Источник: «Вышэйшыя навучальныя ўстановы Рэспублікі Беларусь па стану на пачатак 2001/2002 навучальнага года (статыстычны даведнік)».

Анализ секторов рынка международных образовательных услуг в Беларуси показывает, что наибольшим спросом у иностран-

цев пользуются услуги дневного отделения вузов негосударственной формы собственности, где доля граждан зарубежных стран составляет 4,5 % (см. Табл. 7). В то же время, больше всего иностранных студентов учится на дневном отделении госвузов.

Таблица 7

Доля иностранных студентов в вузах Республики Беларусь,
2001–2002 гг.

		Дневное	Заочное	Всего
Государственные вузы	Граждане РБ	157 189 97,8 %	97 712 99,6 %	254 901 98,5 %
	Иностранцы	3 581 2,2 %	391 0,4 %	3 972 1,5 %
	ИТОГО	160 770	98 103	258 873
Негосударственные вузы	Граждане РБ	16 639 95,5 %	24 058 98,7 %	40 697 97,4 %
	Иностранцы	782 4,5 %	314 1,3 %	1 096 2,6 %
	ИТОГО	17 421	24 372	41 793
Все вузы	Граждане РБ	173 828 97,6 %	121 770 99,4 %	295 598 98,3 %
	Иностранцы	4 363 2,4 %	705 0,6 %	5 068 1,7 %
	ИТОГО	178 191	122 475	300 666

Источник: «Вышэйшыя навучальныя ўстановы Рэспублікі Беларусь па стану на пачатак 2001/2002 навучальнага года (статыстычны даведнік)».

В целом, рынок международных услуг образования в Республике Беларусь можно оценить как достаточно слабо развитый, организованный несистемно и не имеющий определенной целевой аудитории. Поскольку все белорусская система образования сама по себе не ориентирована на внешние рынки, то отсутствие усилий в данном направлении может привести к потере тех потребителей, которые сейчас существуют. При настоящем позиционировании на рынке, белорусские вузы могут испытывать конкурен-

цию со стороны практически всех учреждений образования стран СНГ, оказывающих схожие услуги.

Заочная форма предоставления услуг образования на данном этапе практически не разработана. Хотя развитие современных средств связи и коммуникаций позволяют наладить эффективный удаленный контакт между студентом и преподавателем, снизить затраты на обучение и в то же время оказывать высококачественные услуги. Более подробно этот аспект рассмотрен в Главе 3 «Новые технологии маркетинга образовательных услуг».

Несмотря на неудовлетворительное развитие рынка международных услуг образования в Беларуси, сама структура потребления услуг белорусских вузов характерна для многих стран, в том числе и входящих в состав ОЭСР крупнейших поставщиков образовательных услуг. Сопоставляя данные международных организаций [11] и белорусских институтов управления образованием [15], можно заметить, что доля иностранных студентов от всех студентов таких стран как Япония, Испания, Италия и Турция вполне сравнима с аналогичным показателем для Беларуси. Это позволяет характеризовать системы образования указанных стран, а также США, Бельгии, Канады, Швеции и Норвегии как ориентированные в первую очередь на внутренний рынок, что является характерной особенностью и системы образования Республики Беларусь. С другой стороны, развитие вузовской системы ряда стран до уровня, позволяющего удовлетворить внутренние запросы и дальнейший перенос маркетинговых усилий на внешние рынки, способствует созданию такой мощной отрасли хозяйства как международное образование.

Для белорусского рынка международных образовательных услуг характерно отсутствие специального комплекса маркетинга по продвижению услуг на мировом рынке. Основную часть потребителей услуг вузов Беларуси составляют граждане стран СНГ. Маркетинговые усилия государственных и негосударственных вузов в данном направлении существенным образом не различаются, однако в силу ценовой политики, более сильно представлены услуги негосударственных учреждений образования.

Современная экономика основана на знаниях, ее движущей силой является человеческий капитал. Система образования играет ведущую роль в обеспечении рынка качественными кадрами. Процессы глобализации экономики в целом не могли не затронуть и сферу образования, которая сегодня подвергнута тем же тенденциям, что и другие области мирового хозяйства. Как результат указанных явлений стало выделение экономики международного образования как специфической области экономического анализа.

Для международной экономики образования характерно то, что ее структура возникла на базе национальных систем образования. Развитие коммуникационных технологий позволило совместить маркетинговые усилия, направленные на национальный и мировой рынок услуг образования. Сегодня оказание услуг международного образования – это престижная высокодоходная отрасль в экономической системе.

Лидерами на рынке поставщиков международных образовательных услуг являются вузы Европы и Северной Америки, что объясняется более высоким качеством национальных систем образования. Большая часть потребителей услуг являются выходцами из азиатского региона и стран Африки.

Страны-поставщики можно разделить на несколько категорий:

1. крупные государства с небольшой долей иностранных студентов (США, Испания);
2. средние и крупные государства с высокой долей иностранных студентов (Австралия, Великобритания);
3. небольшие государства с высокой долей иностранцев (Кипр, Бельгия);
4. средние и небольшие государства с низкой долей иностранных студентов (Беларусь, Китай).

Отличительной чертой стран с высокой долей иностранцев является наличие специальных программ, направленных на привлечение студентов из-за рубежа. Важную роль здесь выполняют национальные институты образования, а также отделения международных организаций, такие как *OpenDoors*.

Литература

1. Беккер Г. Человеческий капитал (главы из книги) // США: ЭПИ, 1993, N. 11–12.
2. Туроу Л. Будущее капитализма, Новосибирск, Сибирский хронограф, 1999.
3. Желены М. Интегрированное управление процессом (IPM). Информационные технологии в бизнесе, под ред. Милана Желены., Питер, Спб, 2002.
4. Иноземцев В. Сегодня и завтра экономики, основанной на знаниях. Рецензия на книгу: *Thurow L. Creating Wealth. The New Rules for Individuals, Companies and Countries in a Knowledge-Based Economy.* L., 1999 // Вестник Российской академии наук. Том 70, № 1, 2000. С. 73–78 "Вестник Российской академии наук". Т. 70. № 1, январь 2000.
5. *Toffler E. The third wave.* N. Y., 1980.
6. Информационное агенство по образованию во Франции *EduFrance* – <http://www.edufrance.fr>.
7. Материалы сайта немецкой службы академических обменов DAAD – <http://www.daad.de/>.
8. Материалы сайта Совета Великобритании международного института образования и культурных обменов – <http://www.britishcouncil.org/>.
9. Материалы сайта института международного образования, департамент OpenDoors – <http://www.opendoorsweb.org>.
10. Материалы сайта Организации Объединенных Наций – <http://www.un.org/>.
11. Материалы сайта UNESCO – <http://www.unesco.org/>.
12. «Internationalisation of Higher Education: Trends and Developments since 1998», The International Association of Universities, 2003.
13. «Global Education Digest 2004», UNESCO Institute of Statistics, Montreal, 2004.
14. OECD Online Database – <http://www.oecd.org/>.
15. «Вышэйшыя навучальныя ўстановы Рэспублікі Беларусь па стану на пачатак 2001/2002 навучальнага года (статыстычны даведнік)» – Міністэрства адукацыі Рэспублікі Беларусь, галоўны інфармацыйна-аналітычны цэнтр, Мінск, 2001.